

LAPORAN STUDI DUNIA INDUSTRI
“RELEVANSI DAN PERAN MAHASISWA DALAM MENINGKATKAN
TATA KELOLA MITRA MELALUI KEGIATAN DI DUNIA INDUSTRI”
ANGKATAN VII TAHUN AKADEMIK 2025/2026

Sub tema: Pendampingan UMKM UD. Barokah dalam Mengadopsi Teknologi Digital untuk
Pemasaran dan Keuangan Usaha

Periode: 22 September – 24 Oktober 2025

Dosen Pembimbing Lapangan: Pradita Nindya Aryandha., S.E., M.B.A., M.M



Kelompok: 7

Disusun Oleh:

- | | |
|-------------------------|---------------|
| 1. Elisnawati Veronika | (22133200021) |
| 2. Angela Merici B. Mau | (22133200025) |
| 3. Suriani | (22133200035) |
| 4. Cintya Karmila Sari | (22133200170) |

PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUKUM
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

2025

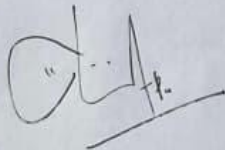
LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN STUDI DUNIA INDUSTRI
“RELEVANSI DAN PERAN MAHASISWA DALAM MENINGKATKAN TATA
KELOLA MITRA UD. BAROKA MELALUI KEGIATAN DI DUNIA INDUSTRI”
ANGKATAN VIII TAHUN AKADEMIK 2025/2026”

Sub tema : Pendampingan UMKM UD. Barokah dalam Mengadopsi Teknologi Digital untuk
Pemasaran dan Keuangan Usaha

Telah dipresentasikan dihadapan dosen pembimbing
Pada Tanggal, 12 Desember 2025
Dan dinyatakan lulus mata kuliah Studi Dunia **Industri**

Yogyakarta 12, Desember 2025

Dosen Pembimbing Lapangan



Pradita Nindya Aryandha., S.E., M.B.A., M.M
NIS. 19931109 201901 2 003

Ketua Kelompok



Cintya Karmila Sari
NPM. 22133200170



Dekan Fakultas Bisnis Dan Hukum


Dr. Yuli Siwi Nugrahani, S.E., M.Si., Ak., CA
NIP. 19671126 199303 2 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan laporan akhir SDI (Studi Dunia Industri) di UMKM “UD Barokah” sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Laporan akhir ini berisi seluruh kegiatan termasuk tugas dan tantangan selama mengikuti kegiatan magang di UMKM “UD Barokah” yaitu selama satu bulan. Laporan akhir ini disusun untuk melengkapi salah satu persyaratan mata kuliah wajib SDI (Studi Dunia Industri).

Dengan penyusunan laporan ini, penulis memperoleh banyak bantuan dan dukungan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Tri Siwi Nugrahani, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Dan Hukum
2. Latifah Putrianti, S.E., M.Sc selaku Ketua Program Sarjana Manajemen
3. Pradita Nindya Aryandha., S.E., M.B.A., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan
4. Bapak Nur Mufid, S.E. selaku pemilik “UD Barokah”.
5. Karyawan/ karyawan/ karyawan “UD Barokah” yang memberikan bimbingan dan pengarahan selama kegiatan SDI (Studi Dunia Industri).
6. Orang tua yang telah memberikan dukungan sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan akhir.

Akhir kata, laporan ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan penulis menerima kritik dan saran guna menyempurnakan laporan akhir ini.

Yogyakarta, 22 Desember 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Kegiatan	4
D. Tujuan	5
E. Manfaat	5
BAB II PEMBAHASAN.....	7
A. Waktu Pelaksanaan Kegiatan.....	7
B. Profil Dunia Usaha	7
C. Implementasi program kerja SDI	9
D. Kendala yang Dihadapi	10
E. Solusi yang Ditawarkan	10
BAB III PENUTUP	11
A. Simpulan	11
B. Saran.....	11
DAFTAR PUSTAKA.....	13
LAMPIRAN.....	14
TOR (<i>Term of Reference</i>)	14
Lembar Kontrol Mahasiswa	16
Kartu Bimbingan	30
Dokumentasi SDI	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah UMKM Digital di Indonesia	2
Gambar 3. 1 Penerjunan SDI di UD. Barokah.....	39
Gambar 3. 2 Proses Pembuatan Kerupuk	39
Gambar 3. 3 Proses Pembuatan Kerupuk Mawar Kecil.....	40
Gambar 3. 4 Penyortiran Kerupuk yang Tidak Memenuhi Kriteria Kualitas.....	40
Gambar 3. 5 Proses Pengeringan Secara Alami.....	41
Gambar 3. 6 Proses Pengorengan.....	41
Gambar 3. 7 Proses Pengemasan Produk	42
Gambar 3. 8 Penerapan <i>Live Streaming</i> sebagai Media Pemasaran Digital.....	42
Gambar 3. 9 Penarikan SDI UD. Barokah.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 <i>Term of Reference</i> (TOR)	44
---	----

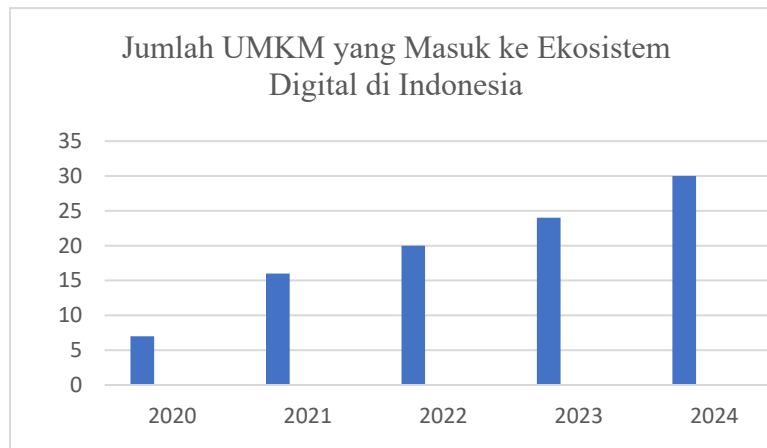
BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia telah memasuki era *Society 5.0*, suatu fase perkembangan masyarakat yang ditandai oleh integrasi teknologi digital secara intensif dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor bisnis. Perkembangan teknologi berbasis internet seperti kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*), *Internet of Things* (IoT), *big data*, dan *cloud computing* telah membawa perubahan signifikan terhadap dinamika dan pola persaingan usaha. Pelaku bisnis yang mampu mengadopsi dan memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat dibandingkan dengan yang belum mengimplementasikannya (Zafirah et al., 2025).

Keseimbangan antara ekonomi dan sosial dengan adanya modal sosial dapat mendorong pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat (Putri & Rusdianto, 2025). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional karena kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Namun, di tengah perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, banyak UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek pemasaran dan pengelolaan keuangan. Keterbatasan pemanfaatan teknologi digital menyebabkan UMKM kurang mampu bersaing, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Transformasi digital menjadi salah satu solusi penting untuk meningkatkan daya saing UMKM. Dalam era digital, hal ini semakin terkait dengan pemanfaatan teknologi, khususnya melalui strategi pemasaran digital (Wardana & Fauzih, 2025). Melalui pemanfaatan platform digital, UMKM dapat memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan efektivitas promosi, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Selain itu, digitalisasi dalam pengelolaan keuangan memungkinkan pelaku usaha melakukan pencatatan keuangan yang lebih rapi, akurat, dan transparan, sehingga dapat mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat.



Gambar 1. 1 Jumlah UMKM Digital di Indonesia
Sumber: Dataindonesia.id

Grafik garis menunjukkan tren peningkatan yang konsisten pada jumlah UMKM yang masuk ke ekosistem digital di Indonesia selama periode 2020–2024. Kenaikan ini menegaskan adanya percepatan transformasi digital UMKM, yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital, dukungan kebijakan pemerintah, serta meningkatnya kesadaran pelaku usaha akan pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha (Husana, 2023).

UD. Barokah sebagai salah satu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih menghadapi berbagai permasalahan fundamental dalam aspek pemasaran dan pengelolaan keuangan usaha. UD. Barokah masih mengandalkan strategi pemasaran konvensional yang bersifat terbatas, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Pola pemasaran ini menyebabkan jangkauan pasar menjadi sempit, kurang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital, serta tidak mampu menjangkau konsumen potensial di luar wilayah operasional usaha. Akibatnya, potensi peningkatan volume penjualan dan perluasan pangsa pasar belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Permasalahan signifikan juga ditemukan pada aspek pengelolaan keuangan. Pencatatan transaksi keuangan di UD. Barokah masih dilakukan secara sederhana dan belum terstruktur. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidaktepatan dalam pencatatan pemasukan dan pengeluaran, kesalahan dalam perhitungan laba usaha, serta kesulitan dalam memantau arus kas secara periodik. Tidak tersedianya laporan keuangan yang sistematis juga menyulitkan pemilik usaha dalam mengevaluasi kinerja keuangan, menentukan harga pokok produksi secara akurat, serta mengambil keputusan strategis berbasis data.

Diperlukan upaya transformasi digital di UD. Barokah yang berfokus pada optimalisasi pemasaran dan keuangan. Penerapan strategi pemasaran digital serta sistem pengelolaan keuangan berbasis teknologi diharapkan mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat keberlanjutan usaha. Transformasi ini tidak hanya menjadi langkah adaptasi terhadap perkembangan zaman, tetapi juga sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UD. Barokah secara berkelanjutan. Namun, dukungan dari sektor swasta dan lembaga pendidikan juga sangat penting untuk mempercepat transformasi digital di kalangan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (Rauf et al., 2024).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, dapat diidentifikasi bahwa meskipun dunia usaha telah memasuki era *Society 5.0* yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, masih terdapat UMKM yang belum mampu mengadopsi dan memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal. Keterbatasan pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam aspek pemasaran dan pengelolaan keuangan, menyebabkan UMKM kurang memiliki daya saing di tengah dinamika persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Sistem pemasaran yang masih bersifat konvensional mengakibatkan jangkauan pasar menjadi terbatas, sementara pencatatan keuangan yang belum terstruktur dan belum berbasis teknologi berpotensi menimbulkan ketidaktepatan dalam perhitungan laba,

pengeluaran, serta arus kas, sehingga dapat menghambat perencanaan dan pengambilan keputusan usaha. Meskipun jumlah UMKM yang masuk ke ekosistem digital di Indonesia menunjukkan tren peningkatan, masih terdapat kesenjangan dalam penerapan transformasi digital pada tingkat UMKM tertentu, termasuk di UD Barokah. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya upaya transformasi digital yang terfokus pada optimalisasi pemasaran dan pengelolaan keuangan, serta dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak untuk mempercepat dan memperkuat penerapan digitalisasi UMKM secara menyeluruh.

C. Batasan Kegiatan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, Laporan ini memiliki batasan masalah sebagai berikut:

1. Objek kegiatan difokuskan pada satu unit usaha, yaitu UD. Barokah, sebagai pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang masih menghadapi keterbatasan dalam pemasaran dan pengelolaan keuangan berbasis digital.
2. Ruang lingkup kegiatan transformasi digital dibatasi pada dua aspek utama, yaitu:
 - a. Pemasaran digital, yang meliputi pemanfaatan media sosial dan platform digital sederhana untuk meningkatkan jangkauan pasar, efektivitas promosi, serta komunikasi dengan konsumen.
 - b. Pengelolaan keuangan berbasis digital, yang mencakup pencatatan transaksi keuangan menggunakan aplikasi atau sistem digital sederhana guna meningkatkan ketertiban, akurasi, dan transparansi laporan keuangan.
3. Analisis transformasi digital difokuskan pada penerapan strategi digital untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas promosi, dan membuat pencatatan keuangan lebih rapi, akurat, dan transparan.
4. Dukungan pihak eksternal, seperti pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan, dibahas secara konseptual sebagai faktor pendukung percepatan transformasi digital, tanpa dilakukan analisis kuantitatif secara rinci.

5. Menekankan pada upaya transformasi digital di UD. Barokah untuk memberikan rekomendasi yang jelas, praktis, dan dapat diterapkan oleh pelaku UMKM.

D. Tujuan

Tujuan pelaksanaan Studi Dunia Industri adalah untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai praktik industri sebagai berikut:

1. Melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi
2. Menghasilkan lulusan yang siap menghadapi dunia kerja dan industri
3. Mengimplementasi pengetahuan yang telah diperoleh dari perkuliahan serta mengasah sikap inisiatif untuk menerapkannya dalam menyelesaikan masalah dalam dunia kerja dan industri
4. Menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh dari perkuliahan untuk merancang atau mengembangkan entitas kerja dan industri
5. Menerapkan pengetahuan ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi yang bermanfaat untuk dunia kerja dan industri sesuai dengan visi misi fakultas serta visi misi keilmuan prodi masing-masing
6. Mendukung kebijakan pemerintah dalam implementasi program kurikulum berdampak.

E. Manfaat

Manfaat Studi Dunia Industri tujuan pelaksanaan Studi Dunia Industri adalah untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai praktik industri, meningkatkan wawasan mahasiswa terkait dinamika dunia kerja, serta mengembangkan kemampuan penerapan ilmu akademik dalam konteks professional sebagai berikut:

a. Bagi mahasiswa

1. Mengasah pola pikir mahasiswa dalam pengambilan keputusan untuk menyelesaikan masalah dalam dunia kerja
2. Memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa tentang praktik dunia kerja dan kontribusi kepada masyarakat
3. Menumbuhkan karakter dan budaya kerja yang profesional
4. Menyiapkan lulusan yang APIK dan Unggul
5. Mahasiswa meningkatkan pembelajaran di luar kampus

b. Bagi Fakultas

1. Memiliki feedback terintegrasi dengan dunia usaha, dunia industri dan dunia kerja (DUDIKA) atau masyarakat sehingga kurikulum perguruan tinggi dapat disesuaikan dengan kebutuhan di lapangan
2. Sebagai salah satu wujud implementasi rintisan program kurikulum berdampak
3. Menjalin kerjasama yang saling menguntungkan antara perguruan tinggi dengan DUDIKA atau masyarakat
4. Memperoleh pengalaman langsung dari DUDIKA yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dalam proses pembelajaran
5. Mempercepat difusi antara IPTEK perguruan tinggi dengan DUDIKA dan masyarakat
6. Mengembangkan proses link & match antara perguruan tinggi, DUDIKA dan masyarakat.
7. Meningkatkan mutu prodi dan fakultas

c. Bagi DUDIKA atau Masyarakat

1. Mendapatkan bantuan tenaga dan pikiran untuk melaksanakan dan memecahkan masalah yang ada di dunia usaha dan dunia industri atau masyarakat
2. Memperoleh sumber daya manusia yang handal yang siap untuk direkrut
3. Mengetahui perkembangan teknologi khususnya yang digunakan dalam DUDIKA dan masyarakat.

BAB II PEMBAHASAN

A. Waktu Pelaksanaan Kegiatan

Studi Dunia Industri dilaksanakan selama satu bulan di UD. Barokah, yang berlokasi di Jl. Imogiri Barat Km 10, Semail, Bangunharjo, Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatan studi berlangsung mulai tanggal 22 September hingga 24 Oktober 2025. Pelaksanaan kegiatan dilakukan setiap hari Senin hingga Sabtu, mulai pukul 09.00 hingga 16.00 WIB. Selama periode tersebut, mahasiswa melaksanakan berbagai aktivitas yang berkaitan dengan operasional perusahaan, guna memperoleh pemahaman praktis mengenai proses kerja, manajemen usaha, serta dinamika kegiatan industri yang berlangsung di UD. Barokah.

B. Profil Dunia Usaha

UD. Barokah merupakan sebuah UMKM yang bergerak di bidang produksi, penjualan kerupuk dan tepung. Usaha ini didirikan pada tahun 2000 dan dimiliki oleh Bapak Nur Mufid, S.E. UD. Barokah berlokasi di Jalan Imogiri Barat Km 10, Semail, Bangunharjo, Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada awal pendiriannya, UD. Barokah berawal dari usaha produksi kerupuk rumahan dengan skala kecil. Namun, seiring dengan meningkatnya permintaan pasar dan konsistensi dalam menjaga kualitas produk, usaha ini mengalami perkembangan yang signifikan hingga mampu memproduksi kerupuk dalam jumlah besar dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Perkembangan UD. Barokah tidak terlepas dari komitmen perusahaan dalam menerapkan nilai-nilai industri yang mendukung keberlangsungan usaha. Perusahaan menjadikan kualitas produk dan kepuasan pelanggan sebagai fondasi utama dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Hal ini tercermin dari pemilihan bahan baku yang berkualitas, penerapan standar kebersihan dan keamanan pangan, serta pengawasan proses produksi secara berkelanjutan. Dengan

demikian, produk yang dihasilkan tidak hanya layak konsumsi, tetapi juga memiliki nilai jual yang tinggi dan mampu bersaing di pasar.

Dalam menjalankan aktivitas produksinya, UD. Barokah menerapkan budaya industri yang berorientasi pada efektivitas dan efisiensi kerja. Salah satu nilai utama yang diterapkan adalah disiplin kerja, di mana setiap karyawan diwajibkan hadir tepat waktu dan melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab masing-masing. Penerapan disiplin ini bertujuan untuk menjaga ketertiban kerja, meningkatkan produktivitas, serta memastikan proses produksi berjalan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

Selain disiplin kerja, UD. Barokah juga menanamkan nilai tanggung jawab kepada seluruh karyawan. Setiap tenaga kerja diharapkan mampu menyelesaikan tugas dengan tepat waktu, mematuhi prosedur kerja yang berlaku, serta menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Rasa tanggung jawab ini menjadi bagian penting dalam menciptakan hasil produksi yang konsisten dan memenuhi standar perusahaan.

Budaya kerja sama tim juga menjadi aspek penting dalam budaya industri di UD. Barokah. Seluruh kegiatan produksi dilaksanakan melalui koordinasi yang baik antarbagian. Sikap saling membantu, komunikasi yang efektif, serta kerja sama antarpegawai menjadi dasar dalam menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, harmonis, dan produktif. Dengan adanya kerja sama tim yang baik, proses produksi dapat berjalan lebih efisien dan risiko kesalahan kerja dapat diminimalkan.

Selain itu, UD. Barokah memiliki kepedulian yang tinggi terhadap kebersihan dan kualitas produk. Perusahaan menekankan pentingnya menjaga kebersihan area kerja sebagai bagian dari penerapan standar keamanan pangan. Kebersihan lingkungan produksi berperan penting dalam menghasilkan produk yang higienis, aman dikonsumsi, serta sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan oleh perusahaan.

UD. Barokah memproduksi berbagai jenis kerupuk sebagai produk utama, di antaranya kerupuk rambak, kerupuk mawar, dan kerupuk dawuh, yang tersedia dalam beragam bentuk, dan ukuran. Keanekaragaman produk tersebut menjadi salah satu keunggulan UD. Barokah dalam memenuhi kebutuhan dan selera pasar yang beragam. Berikut produk kerupuk yang di produksi oleh UD. Barokah.

C. Implementasi program kerja SDI

Pelaksanaan kegiatan Studi Dunia Industri (SDI) di UD. Barokah memberikan beberapa implikasi sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

- a. Memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan ilmu manajemen yang telah dipelajari di perkuliahan ke dalam dunia kerja nyata.
- b. Kegiatan SDI membantu mahasiswa memahami proses produksi, sistem pemasaran, dan pengelolaan keuangan pada usaha kecil menengah.
- c. Mampu mengembangkan kemampuan praktis dalam hal pemasaran digital, pembuatan konten promosi, serta penerapan sistem pencatatan keuangan menggunakan aplikasi spreadsheet.

2. Bagi Perusahaan

- a. Kegiatan SDI memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran melalui pemanfaatan media sosial seperti TikTok dan Instagram untuk memperluas jangkauan pasar.
- b. Penerapan sistem pencatatan keuangan berbasis digital membantu perusahaan dalam mengelola administrasi dan laporan keuangan secara lebih efisien dan teratur.
- c. Kerja sama dengan mahasiswa memberikan wawasan baru bagi perusahaan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren pemasaran modern.

D. Kendala yang Dihadapi

UD Barokah sebagai salah satu pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan usahanya, khususnya pada aspek pemasaran digital, pemanfaatan teknologi keuangan (*financial technology*), dan sistem administrasi. Keterbatasan dalam pemasaran digital menyebabkan jangkauan pasar UD Barokah belum optimal, sehingga potensi peningkatan penjualan belum dapat dimanfaatkan secara maksimal. Selain itu, rendahnya pemanfaatan *financial technology* mengakibatkan proses pencatatan dan pengelolaan keuangan belum berjalan secara efektif dan efisien. Kondisi tersebut diperparah dengan sistem administrasi yang belum tertata dengan baik, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakteraturan dalam pencatatan data usaha dan pengambilan keputusan manajerial. Kendala-kendala ini menunjukkan perlunya upaya peningkatan kapasitas dan penerapan teknologi digital guna mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha UD Barokah.

E. Solusi yang Ditawarkan

Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan di UD Barokah adalah penerapan transformasi digital secara bertahap dan berkelanjutan yang berfokus pada penguatan pemasaran digital, pemanfaatan *financial technology*, serta perbaikan sistem administrasi usaha. Optimalisasi pemasaran digital dapat dilakukan melalui penggunaan media sosial dan platform digital guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Pemanfaatan teknologi keuangan diarahkan pada penerapan sistem pencatatan keuangan digital yang sederhana namun terstruktur, sehingga mampu meningkatkan akurasi, transparansi, dan efisiensi pengelolaan keuangan. Selain itu, penataan administrasi usaha secara digital diharapkan dapat mendukung ketersediaan data yang tertib dan akurat sebagai dasar pengambilan keputusan. Penerapan solusi ini secara konsisten diharapkan mampu meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, serta keberlanjutan usaha UD Barokah dalam jangka panjang.

BAB III PENUTUP

A. Simpulan

Kegiatan Studi Dunia Industri (SDI) di UD. Barokah memberikan pengalaman langsung bagi mahasiswa dalam memahami proses produksi, manajemen, dan strategi pemasaran pada usaha kecil menengah. UD. Barokah merupakan produsen kerupuk dan tepung yang masih menerapkan sistem pemasaran tradisional melalui penjualan di pasar, bakul kerupuk, dan pelanggan sekitar. Selama kegiatan SDI, mahasiswa berkontribusi dalam pengembangan pemasaran digital dengan membuat konten promosi, melakukan penjualan melalui live TikTok, serta membuat akun Instagram sebagai media promosi. Selain itu, mahasiswa juga melakukan perbaikan sistem keuangan dengan membuat pencatatan menggunakan aplikasi spreadsheet dan membantu kegiatan administrasi melalui pendataan keuangan serta transaksi usaha. Kegiatan ini memberikan manfaat bagi mahasiswa dalam mengasah kemampuan praktis di bidang manajemen bisnis serta membantu perusahaan dalam pengelolaan keuangan dan pengembangan pemasaran yang lebih modern.

B. Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Studi Dunia Industri (SDI), maka saran yang dapat diberikan kepada UD. Barokah adalah sebagai berikut:

1. Optimalisasi Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Informasi

Perusahaan disarankan untuk memanfaatkan media sosial seperti TikTok dan Instagram, serta platform e-commerce secara lebih aktif dalam kegiatan pemasaran. Strategi ini diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan memperkuat citra produk. Penerapan strategi pemasaran digital yang konsisten juga berpotensi memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan volume penjualan.

2. Peningkatan Sistem Pengelolaan Keuangan

UD. Barokah perlu menerapkan sistem pencatatan keuangan yang lebih terstruktur dan berkelanjutan melalui penggunaan aplikasi spreadsheet atau sistem digital lainnya. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan akurasi, transparansi, serta efisiensi pengelolaan keuangan. Dengan demikian, perusahaan dapat melakukan evaluasi kondisi keuangan secara lebih tepat dan mendukung pengambilan keputusan yang rasional.

3. Penguatan Administrasi dan Pendataan Produk

Peningkatan administrasi usaha perlu dilakukan melalui pendataan produk, transaksi, serta persediaan stok secara rutin dan sistematis. Pendokumentasian yang baik akan mendukung proses pengawasan inventori, meminimalkan kesalahan dalam manajemen data, serta mempermudah perencanaan bisnis di masa mendatang. Dengan administrasi yang lebih tertata, efektivitas operasional perusahaan juga dapat ditingkatkan.

4. Inovasi dan Pengembangan Produk

Perusahaan diharapkan terus melakukan inovasi terhadap cita rasa, desain, dan kemasan produk agar semakin sesuai dengan preferensi konsumen. Pengembangan produk yang dilakukan secara berkelanjutan akan meningkatkan daya tarik dan nilai tambah produk di pasar. Langkah ini juga berpotensi memperkuat posisi bersaing perusahaan dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifida Husana. (2023, November 21). *BRI Dampingi UMi dan UMKM Melalui Program BRIncubator*. <https://www.alfidahusna.com/2023/11/bri-dampingi-umi-dan-umkm.html>.
- Putri, A. A., & Rusdianto, R. Y. (2025). Penggunaan Digitalisasi Sebagai Strategi Pemasaran untuk UMKM. *Jurnal Sinabis*, 1(1), 68-75.
- Rauf, R., Syam, A., & Randy, M. F. (2024). Optimalisasi transformasi digital dalam mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah di indonesia. *BJRM (Bongaya Journal For Research in Management)*, 7(1), 95-102.
- Wardana, D., & Fauziah, S. (2025). Transformasi digital UMKM : Peran pemasaran digital terhadap keberlanjutan keuangan melalui pertumbuhan penjualan. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 10(2), 162-171.
- Yuni Zafirah, D., Renanda Yuniartika Putri, H., Badriyah, N., Sri Wulandari, S., & Artanti, Y. (2025). A Review Of Three Aspects Successful Business Digitalization: Marketing, Finance, And Service. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 6, Issue 3). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

LAMPIRAN

TOR (*Term of Reference*)

NO	Kegiatan	Minggu ke-			
		1	2	3	4
1.	Penerjunan Mahasiswa				
2.	Orientasi pada UMKM UD. Barokah				
3.	Laporan keuangan dan konten				
4.	Laporan keuangan, Konten pemasaran dan Live tiktok				
5	Laporan keuangan, Konten pemasaran dan Live tiktok				
6.	Penarikan Mahasiswa				
7	Persentasi Laporan Akhir				

Tabel 3. 1 Term of Reference (TOR)

Lembar Kontrol Mahasiswa

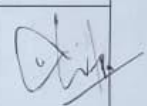
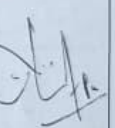
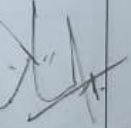
LEMBAR KONTROL MAHASISWA

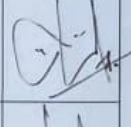
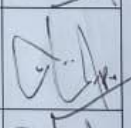
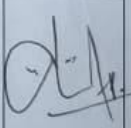
Nama : Elisnawati Veronika

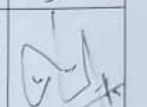
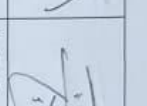
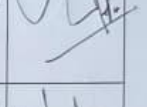
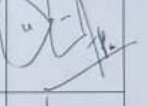
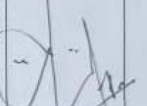
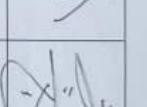
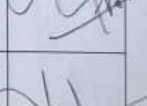
NPM : 22133200021

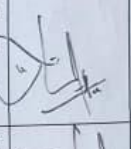
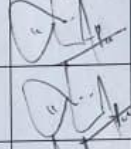
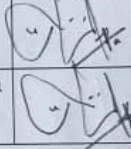
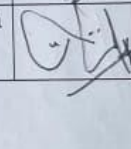
Program Studi : Sarjana Manajemen

Lokasi SDI : Jl. Imogiri Barat Km 10, Semail, Bangunharjo, Kapanewon Jetis,
Kabupaten Bantul Daerah Yogyakarta

NO	Hari/ Tanggal	Waktu	Nama Kegiatan/ Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Tanda Tangan DPL
1	Senin, 22 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Penerjunan	Penerjunan studi dunia industri kelompok 07 ke mitra UMKM UD. Barokah	
2	Selasa, 23 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Pengenalan dan diskusi mengenai kegiatan yang akan dilakukan selama SDI dan pembuatan konten <i>marketing</i>	
3	Rabu, 24 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Beradaptasi dengan mitra UMKM UD. Barokah dan pembuatan konten <i>marketing</i>	
4	Kamis, 25 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Diskusi perencanaan sistem keuangan yang akan digunakan di UMKM UD. Barokah dan pembuatan konten <i>marketing</i>	
5	Jumat, 26 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Diskusi Perencanaan mengenai pemasaran yang akan digunakan di UMKM UD. Barokah dan pembuatan konten <i>marketing</i>	

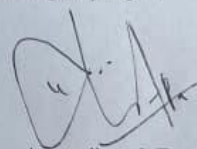
6	Sabtu, 27 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Perencanaan mengenai pemasaran yang akan digunakan UMKM UD. Barokah dan pembuatan konten	
7	Senin, 29 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Diskusi	Menyampaikan sistem keuangan dan pemasaran yang akan digunakan oleh owner UD Barokah	
8	Selasa, 30 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Diskusi	Penyampaian sistem keuangan yang akan digunakan dan pembuatan <i>digital marketing</i>	
9	Selasa, 1 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Sistem keuangan dan konten	Mencatat keuangan harian dan pembuatan konten	
10	Kamis, 2 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Sistem keuangan dan konten	Mencatat keuangan harian dan pembuatan konten	
11	Jumat, 3 Oktober 2025	12.00 – 16.00 WIB	Sistem keuangan dan konten	Mencatat keuangan harian dan pembuatan konten	
12	Sabtu, 4 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Laporan mingguan	Laporan mingguan dan pembuatan konten	
13	Senin, 6 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Sistem keuangan dan konten	Mencatat keuangan harian dan pembuatan konten	
14	Selasa, 7 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Sistem penjualan digital dan konten	Diskusi sistem penjualan digital dengan owner, laporan harian serta pembuatan konten	
15	Rabu, 8 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	<i>Digital marketing</i> dan keuangan	Melakukan <i>live</i> TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	

16	Kamis, 9 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan keuangan	Melakukan live TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	
17	Jumat, 10 Oktober 2025	12.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Melakukan live TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	
18	Sabtu, 11 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing, laporan mingguan dan pembuatan konten	Melakukan live TikTok, laporan keuangan harian dan laporan mingguan serta pembuatan konten	
19	Senin, 13 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Melakukan live TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	
20	Selasa, 14 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Evaluasi satu minggu yang telah dijalankan dengan live TikTok, laporan harian, pembuatan desai dan pembuatan konten	
21	Rabu, 15 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, live TikTok dan pembuatan konten	
22	Kamis, 16 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, live TikTok dan pembuatan konten	
23	Jumat, 17 Oktober 2025	12.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, live TikTok dan pembuatan konten	

24	Sabtu, 18 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing, laporan mingguan dan pembuatan konten	Laporan mingguan, <i>live</i> TikTok dan pembuatan konten	
25	Senin, 20 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, <i>live</i> TikTok dan pembuatan konten	
26	Selasa, 21 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Evaluasi	Evaluasi dan pembuatan konten	
27	Rabu, 22 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Pembuatan konten	Pembuatan konten	
28	Kamis, 23 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Pembuatan konten	Pembuatan konten	
29	Jumat, 24 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Pembuatan konten	Pembuatan konten	
30	Sabtu, 25 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Penarikan	Penarikan Studi Dunia Industri	

Yogyakarta, 23 Desember 2025

Dosen Pembimbing Lapangan



Pradita Nindya Aryandha., S.E., M.B.A., M.M

NIS. 19931109201901 2 003

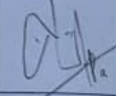
LEMBAR KONTROL MAHASISWA

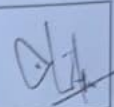
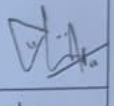
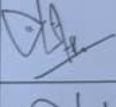
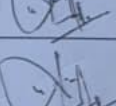
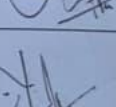
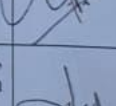
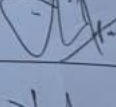
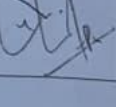
Nama : Angela Merici B.Mau

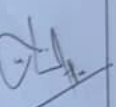
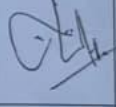
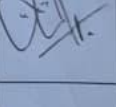
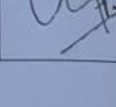
NPM : 22133200025

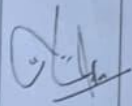
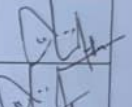
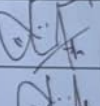
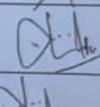
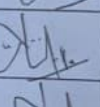
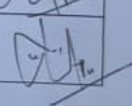
Program Studi : Sarjana Manajemen

Lokasi SDI : Jl. Imogiri Barat Km 10, Semail, Bangunharjo, Kapanewon Jetis,
Kabupaten Bantul Daerah Yogyakarta

NO	Hari/ Tanggal	Waktu	Nama Kegiatan/ Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Tanda Tangan DPL
1	Senin, 22 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Penerjunan	Penerjunan studi dunia industri kelompok 07 ke mitra UMKM UD. Barokah	
2	Selasa, 23 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Pengenalan dan diskusi mengenai kegiatan yang akan dilakukan selama SDI dan pembuatan konten pemasaran	
3	Rabu, 24 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Beradaptasi dengan mitra UMKM UD. Barokah dan pembuatan konten pemasaran	
4	Kamis, 25 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Diskusi perencanaan sistem keuangan yang akan digunakan di UMKM UD. Barokah dan pembuatan konten pemasaran	
5	Jumat, 26 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Diskusi Perencanaan mengenai pemasaran dan pembuatan konten pemasaran	
6	Sabtu, 27 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Perencanaan mengenai pemasaran yang akan di gunakan dan pembuatan konten	

7	Senin, 29 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Diskusi	Menyampaikan sistem keuangan dan pemasaran yang akan digunakan oleh owner UD Barokah	
8	Selasa, 30 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Diskusi	Penyampaian sistem keuangan yang akan digunakan dan pembuatan konten pemasaran	
9	Selasa, 1 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Sistem keuangan dan konten	Mencatat keuangan harian dan pembuatan konten	
10	Kamis, 2 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Sistem keuangan dan konten	Mencatat keuangan harian dan pembuatan konten	
11	Jumat, 3 Oktober 2025	12.00 – 16.00 WIB	Sistem keuangan dan konten	Mencatat keuangan harian dan pembuatan konten	
12	Sabtu, 4 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Laporan mingguan	Laporan mingguan dan pembuatan konten	
13	Senin, 6 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Sistem keuangan dan konten	Mencatat keuangan harian dan pembuatan konten	
14	Selasa, 7 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Sistem penjualan digital dan konten	Diskusi sistem penjualan digital dengan owner, laporan harian serta pembuatan konten	
15	Rabu, 8 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan keuangan	Melakukan live TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	
16	Kamis, 9 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan keuangan	Melakukan live TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	

17	Jumat, 10 Oktober 2025	12.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Melakukan <i>live</i> TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	
18	Sabtu, 11 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing, laporan mingguan dan pembuatan konten	Melakukan <i>live</i> TikTok, laporan keuangan harian dan laporan mingguan serta pembuatan konten	
19	Senin, 13 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Melakukan <i>live</i> TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	
20	Selasa, 14 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Evaluasi satu minggu yang telah dijalankan dengan <i>live</i> TikTok, laporan harian, pembuatan desai dan pembuatan konten	
21	Rabu, 15 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, <i>live</i> TikTok dan pembuatan konten	
22	Kamis, 16 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, <i>live</i> TikTok dan pembuatan konten	
23	Jumat, 17 Oktober 2025	12.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, <i>live</i> TikTok dan pembuatan konten	

24	Sabtu, 18 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing, laporan mingguan dan pembuatan konten	Laporan mingguan, live TikTok dan pembuatan konten	
25	Senin, 20 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, live TikTok dan pembuatan konten	
26	Selasa, 21 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Evaluasi	Evaluasi dan pembuatan konten	
27	Rabu, 22 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Pembuatan konten	Pembuatan konten	
28	Kamis, 23 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Pembuatan konten	Pembuatan konten	
29	Jumat, 24 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Pembuatan konten	Pembuatan konten	
30	Sabtu, 25 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Penarikan	Penarikan Studi Dunia Industri	

Yogyakarta, 23 Desember 2025

Dosen Pembimbing Lapangan



Pradita Nindya Aryandha., S.E., M.B.A., M.M

NIS. 19931109201901 2 003

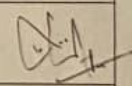
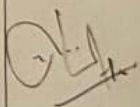
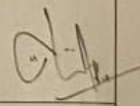
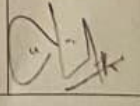
LEMBAR KONTROL MAHASISWA

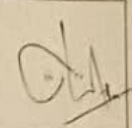
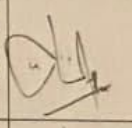
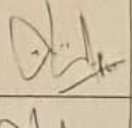
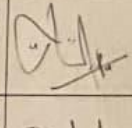
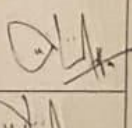
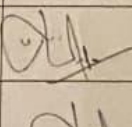
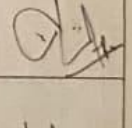
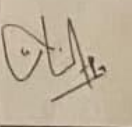
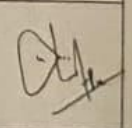
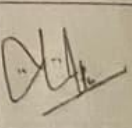
Nama : Suriani

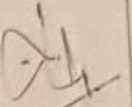
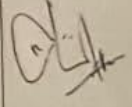
NPM : 22133200035

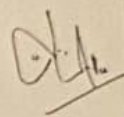
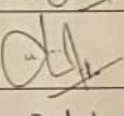
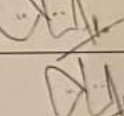
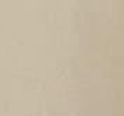
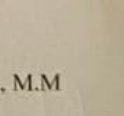
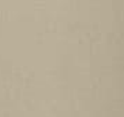
Program Studi : Sarjana Manajemen

Lokasi SDI : Jl. Imogiri Barat Km 10, Semail, Bangunharjo, Kapanewon Jetis,
Kabupaten Bantul Daerah Yogyakarta

NO	Hari/ Tanggal	Waktu	Nama Kegiatan/ Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Tanda Tangan DPL
1	Senin, 22 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Penerjunan	Penerjunan studi dunia industri kelompok 07 ke mitra UMKM UD. Barokah	
2	Selasa, 23 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Pengenalan dan diskusi mengenai kegiatan yang akan dilakukan dan pembuatan konten pemasaran	
3	Rabu, 24 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Beradaptasi dan pembuatan konten pemasaran	
4	Kamis, 25 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Diskusi perencanaan sistem keuangan yang akan digunakan di UMKM UD. Barokah dan pembuatan konten pemasaran	
5	Jumat, 26 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Diskusi Perencanaan mengenai pemasaran dan pembuatan konten pemasaran	
6	Sabtu, 27 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Perencanaan mengenai pemasaran yang akan di gunakan dan pembuatan konten	

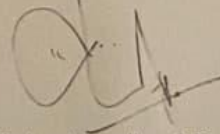
7	Senin, 29 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Diskusi	Menyampaikan sistem keuangan dan pemasaran yang akan digunakan oleh owner UD Barokah	
8	Selasa, 30 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Diskusi	Penyampaian sistem keuangan yang akan digunakan dan pembuatan konten pemasaran	
9	Selasa, 1 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Sistem keuangan dan konten	Mencatat keuangan harian dan pembuatan konten	
10	Kamis, 2 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Sistem keuangan dan konten	Mencatat keuangan harian dan pembuatan konten	
11	Jumat, 3 Oktober 2025	12.00 – 16.00 WIB	Sistem keuangan dan konten	Mencatat keuangan harian dan pembuatan konten	
12	Sabtu, 4 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Laporan mingguan	Laporan mingguan dan pembuatan konten	
13	Senin, 6 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Sistem keuangan dan konten	Mencatat keuangan harian dan pembuatan konten	
14	Selasa, 7 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Sistem penjualan digital dan konten	Diskusi sistem penjualan digital dengan owner, laporan harian serta pembuatan konten	
15	Rabu, 8 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan keuangan	Melakukan live TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	
16	Kamis, 9 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan keuangan	Melakukan live TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	

17	Jumat, 10 Oktober 2025	12.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Melakukan <i>live</i> TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	
18	Sabtu, 11 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing, laporan mingguan dan pembuatan konten	Melakukan <i>live</i> TikTok, laporan keuangan harian dan laporan mingguan serta pembuatan konten	
19	Senin, 13 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Melakukan <i>live</i> TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	
20	Selasa, 14 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Evaluasi satu minggu yang telah dijalankan dengan <i>live</i> TikTok, laporan harian, pembuatan desai dan pembuatan konten	
21	Rabu, 15 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, <i>live</i> TikTok dan pembuatan konten	
22	Kamis, 16 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, <i>live</i> TikTok dan pembuatan konten	
23	Jumat, 17 Oktober 2025	12.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, <i>live</i> TikTok dan pembuatan konten	

24	Sabtu, 18 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing, laporan mingguan dan pembuatan konten	Laporan mingguan, live TikTok dan pembuatan konten	
25	Senin, 20 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, live TikTok dan pembuatan konten	
26	Selasa, 21 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Evaluasi	Evaluasi dan pembuatan konten	
27	Rabu, 22 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Pembuatan konten	Pembuatan konten	
28	Kamis, 23 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Pembuatan konten	Pembuatan konten	
29	Jumat, 24 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Pembuatan konten	Pembuatan konten	
30	Sabtu, 25 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Penarikan	Penarikan Studi Dunia Industri	

Yogyakarta, 23 Desember 2025

Dosen Pembimbing Lapangan



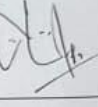
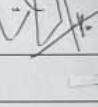
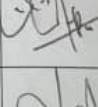
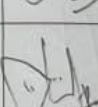
Pradita Nindya Aryandha., S.E., M.B.A., M.M

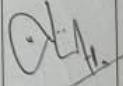
NIS. 19931109201901 2 003

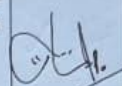
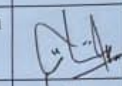
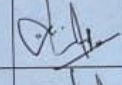
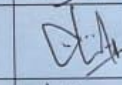
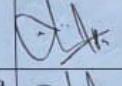
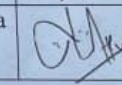
LEMBAR KONTROL MAHASISWA

Nama : Cintya Karmila Sari
NPM : 22133200170
Program Studi : Sarjana Manajemen
Lokasi SDI : Jl. Imogiri Barat Km 10, Semail, Bangunharjo, Kapanewon Jetis, Kabupaten Bantul Daerah Yogyakarta

NO	Hari/ Tanggal	Waktu	Nama Kegiatan/ Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Tanda Tangan DPL
1	Senin, 22 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Penerjunan	Penerjunan studi dunia industri kelompok 07 ke mitra UMKM UD. Barokah	
2	Selasa, 23 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Pengenalan dan diskusi mengenai kegiatan yang akan dilakukan selama SDI dan pembuatan konten pemasaran	
3	Rabu, 24 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Beradaptasi dengan mitra UMKM UD. Barokah dan pembuatan konten pemasaran	
4	Kamis, 25 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Diskusi perencanaan sistem keuangan yang akan digunakan di UMKM UD. Barokah dan pembuatan konten pemasaran	
5	Jumat, 26 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Diskusi Perencanaan mengenai pemasaran yang akan digunakan di dan pembuatan konten marketing	

6	Sabtu, 27 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Orientasi	Perencanaan mengenai pemasaran yang akan di gunakan UMKM UD. Barokah dan pembuatan konten	
7	Senin, 29 September 2025	09.00 – 15.00 WIB	Diskusi	Menyampaikan sistem keuangan dan pemasaran yang akan digunakan oleh owner UD. Barokah	
8	Selasa, 30 September 2025	09.00 – 16.00 WIB	Diskusi	Penyampaian sistem keuangan yang akan digunakan dan pembuatan konten <i>marketing</i>	
9	Selasa, 1 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Sistem keuangan dan konten	Mencatat keuangan harian dan pembuatan konten	
10	Kamis, 2 Oktober 2025	Izin	-	-	
11	Jumat, 3 Oktober 2025	12.00 – 16.00 WIB	Sistem keuangan dan konten	Mencatat keuangan harian dan pembuatan konten	
12	Sabtu, 4 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Laporan mingguan	Laporan mingguan dan pembuatan konten	
13	Senin, 6 Oktober 2025	09.00 – 15.00 WIB	Sistem keuangan dan konten	Mencatat keuangan harian dan pembuatan konten	
14	Selasa, 7 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Sistem penjualan <i>digital</i> dan konten	Diskusi sistem <i>digital marketing</i> , laporan harian dan pembuatan konten	
15	Rabu, 8 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	<i>Digital marketing</i> dan keuangan	Melakukan <i>live</i> TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	
16	Kamis, 9 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	<i>Digital marketing</i> dan keuangan	Melakukan <i>live</i> TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	

17	Jumat, 10 Oktober 2025	12.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Melakukan <i>live</i> TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	
18	Sabtu, 11 Oktober 2025	10.00 – 16.00 WIB	Digital marketing, laporan mingguan dan pembuatan konten	Melakukan <i>live</i> TikTok, laporan keuangan harian dan laporan mingguan serta pembuatan konten	
19	Senin, 13 Oktober 2025	09.00 – 15.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Melakukan <i>live</i> TikTok, laporan keuangan harian dan pembuatan konten	
20	Selasa, 14 Oktober 2025	09.00 – 15.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Evaluasi satu minggu yang telah dijalankan dengan <i>live</i> TikTok, laporan harian, pembuatan desain dan pembuatan konten	
21	Rabu, 15 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, <i>live</i> TikTok dan pembuatan konten	
22	Kamis, 16 Oktober 2025	09.00 – 15.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, <i>live</i> TikTok dan pembuatan konten	
23	Jumat, 17 Oktober 2025	12.00 – 16.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, <i>live</i> TikTok dan pembuatan konten	

24	Sabtu, 18 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Digital marketing, laporan mingguan dan pembuatan konten	Laporan mingguan, live TikTok dan pembuatan konten	
25	Senin, 20 Oktober 2025	09.00 – 15.00 WIB	Digital marketing dan pembuatan konten	Laporan harian, live TikTok dan pembuatan konten	
26	Selasa, 21 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Evaluasi	Evaluasi dan pembuatan konten	
27	Rabu, 22 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Pembuatan konten	Pembuatan konten	
28	Kamis, 23 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Pembuatan konten	Pembuatan konten	
29	Jumat, 24 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Pembuatan konten	Pembuatan konten	
30	Sabtu, 25 Oktober 2025	09.00 – 16.00 WIB	Penarikan	Penarikan Studi Dunia Industri	

Yogyakarta, 23 Desember 2025

Dosen Pembimbing Lapangan



Pradita Nindya Aryandha., S.E., M.B.A., M.M

NIS. 19931109201901 2 003

Kartu Bimbingan

KARTU BIMBINGAN STUDI DUNIA INDUSTRI

Nama : Elisnawati Veronika

NPM : 22133200021

Program Studi : Sarjana Manajemen

Lokasi SDI : Jl. Imogiri Barat Km 10, Semail, Bangunharjo,

Kapanewon Jetis, Kabupaten Bantul Daerah Yogyakarta

Nama DPL : Pradita Nindya Aryandha., S.E., M.B.A., M.M



NO	HARI/TGL	MATERI BIMBINGAN	TTD DPL
1	Jumat, 22 Agustus 2025	Konsultasi lokasi SDI	
2	Senin, 25 Agustus 2025	Penyampaian hasil survei lapangan	
3	Senin, 1 September 2025	Permohonan tanda tangan surat pengajuan SDI	
4	Jumat, 19 September 2025	Menentukan tanggal penerjunan	
5	Sabtu, 20 September 2025	Penentuan tanggal penerjunan SDI	
6	Rabu, 24 September 2025	Pelaksanaan SDI	
7	Kamis, 25 September 2025	Program kerja yang akan dilaksanakan	
8	Jumat, 26 September 2025	Penyampaian desain yang di berikan ke mitra	
9	Senin, 29 September 2025	Perubahan program kerja	
10	Kamis, 2 Oktober 2025	Program kerja dan laporan keuangan	
11	Jumat, 3 Oktober 2025	Laporan penjualan yang produktif	
12	Senin, 6 Oktober 2025	Laporan keuangan dan <i>marketing</i>	
13	Senin, 20 Oktober 2025	Menentukan penarikan magang	
14	Kamis, 6 November 2025	Laporan SDI	
15	Jumat, 28 November 2025	Bimbingan laporan SDI	
16	Jumat, 21 Desember 2025	Presentasi hasil akhir	

Yogyakarta, 23 Desember 2025

Dosen pembimbing Lapangan

Pradita Nindya Aryandha., S.E., M.B.A., M.M

NIS. 19931109201901 2 003

KARTU BIMBINGAN STUDI DUNIA INDUSTRI

Nama : Angela Merici B.Mau
 NPM : 22133200025
 Program Studi : Sarjana Manajemen
 Lokasi SDI : Jl. Imogiri Barat Km 10, Semail, Bangunharjo,
 Kapanewon Jetis, Kabupaten Bantul Daerah Yogyakarta
 Nama DPL : Pradita Nindya Aryandha., S.E., M.B.A., M.M



NO	HARI/TGL	MATERI BIMBINGAN	TTD DPL
1	Jumat, 22 Agustus 2025	Konsultasi lokasi SDI	
2	Senin, 25 Agustus 2025	Penyampaian hasil survei lapangan	
3	Senin, 1 September 2025	Permohonan tanda tangan surat pengajuan SDI	
4	Jumat, 19 September 2025	Menentukan tanggal penerjunan	
5	Sabtu, 20 September 2025	Penentuan tanggal penerjunan SDI	
6	Rabu, 24 September 2025	Pelaksanaan SDI	
7	Kamis, 25 September 2025	Program kerja yang akan dilaksanakan	
8	Jumat, 26 September 2025	Penyampaian desain yang di berikan ke mitra	
9	Senin, 29 September 2025	Perubahan program kerja	
10	Kamis, 2 Oktober 2025	Program kerja dan laporan keuangan	
11	Jumat 3 Oktober 2025	Laporan penjualan yang produktif	
12	Senin, 6 Oktober 2025	Laporan keuangan dan marketing	
13	Senin, 20 Oktober 2025	Menentukan penarikan magang	
14	Kamis, 6 November 2025	Laporan SDI	
15	Jumat, 28 November 2025	Bimbingan laporan SDI	
16	Jumat, 21 Desember 2025	Presentasi hasil akhir	

Yogyakarta, 23 Desember 2025
 Dosen pembimbing Lapangan

Pradita Nindya Aryandha., S.E., M.B.A., M.M
 NIS. 19931109201901 2 003

KARTU BIMBINGAN STUDI DUNIA INDUSTRI

Nama : Suriani

NPM : 22133200035

Program Studi : Sarjana Manajemen

Lokasi SDI : Jl. Imogiri Barat Km 10, Semail, Bangunharjo,
Kapanewon Jetis, Kabupaten Bantul Daerah Yogyakarta

Nama DPL : Pradita Nindya Aryandha., S.E., M.B.A., M.M



NO	HARI/TGL	MATERI BIMBINGAN	TTD DPL
1	Jumat, 22 Agustus 2025	Konsultasi lokasi SDI	
2	Senin, 25 Agustus 2025	Penyampaian hasil survei lapangan	
3	Senin, 1 September 2025	Permohonan tanda tangan surat pengajuan SDI	
4	Jumat, 19 September 2025	Menentukan tanggal penerjunan	
5	Sabtu, 20 September 2025	Penentuan tanggal penerjunan SDI	
6	Rabu, 24 September 2025	Pelaksanaan SDI	
7	Kamis, 25 September 2025	Program kerja yang akan dilaksanakan	
8	Jumat, 26 September 2025	Penyampaian desain yang di berikan ke mitra	
9	Senin, 29 September 2025	Perubahan program kerja	
10	Kamis, 2 Oktober 2025	Program kerja dan laporan keuangan	
11	Jumat 3 Oktober 2025	Laporan penjualan yang produktif	
12	Senin, 6 Oktober 2025	Laporan keuangan dan <i>marketing</i>	
13	Senin, 20 Oktober 2025	Menentukan penarikan magang	
14	Kamis, 6 November 2025	Laporan SDI	
15	Jumat, 28 November 2025	Bimbingan laporan SDI	
16	Jumat, 21 Desember 2025	Presentasi hasil akhir	

Yogyakarta, 23 Desember 2025
Dosen pembimbing Lapangan

Pradita Nindya Aryandha., S.E., M.B.A., M.M
NIS. 19931109201901 2 003

KARTU BIMBINGAN STUDI DUNIA INDUSTRI

Nama : Cintya Karmila Sari
NPM : 22133200170
Program Studi : Sarjana Manajemen
Lokasi SDI : Jl. Imogiri Barat Km 10, Semail, Bangunharjo,
 Kapanewon Jetis, Kabupaten Bantul Daerah Yogyakarta
Nama DPL : Pradita Nindya Aryandha., S.E., M.B.A., M.M



NO	HARI/TGL	MATERI BIMBINGAN	TTD DPL
1	Jumat, 22 Agustus 2025	Konsultasi lokasi SDI	
2	Senin, 25 Agustus 2025	Penyampaian hasil survei lapangan	
3	Senin, 1 September 2025	Permohonan tanda tangan surat penajuan SDI	
4	Jumat, 19 September 2025	Menentukan tanggal penerjunan	
5	Sabtu, 20 September 2025	Penentuan tanggal penerjunan SDI	
6	Senin, 22 September 2025	Pelaksanaan SDI	
7	Kamis, 25 September 2025	Program kerja yang akan dilaksanakan	
8	Jumat, 26 September 2025	Penyampaian desain yang di berikan ke mitra	
9	Senin, 29 September 2025	Perubahan program kerja	
10	Kamis, 2 Oktober 2025	Program kerja dan laporan keuangan	
11	Jumat 3 Oktober 2025	Laporan penjualan yang produktif	
12	Senin, 6 Oktober 2025	Laporan keuangan dan <i>marketing</i>	
13	Senin, 20 Oktober 2025	Menentukan penarikan magang	
14	Kamis, 6 November 2025	Laporan SDI	
15	Jumat, 28 November 2025	Bimbingan laporan SDI	
16	Jumat, 21 Desember 2025	Presentasi hasil akhir	

Yogyakarta, 23 Desember 2025
 Dosen pembimbing Lapangan

Pradita Nindya Aryandha., S.E., M.B.A., M.M
 NIS. 19931109201901 2 003

Dokumentasi SDI



Gambar 3. 1 Penerjunan SDI di UD. Barokah.



Gambar 3. 2 Proses pembuatan kerupuk



Gambar 3. 3 Proses pembuatan kerupuk mawar kecil



Gambar 3. 4 Penyortiran kerupuk yang tidak memenuhi kriteria kualitas



Gambar 3. 5 Proses pengeringan secara alami



Gambar 3. 6 Proses pengorengan



Gambar 3. 7 Proses pengemasan produk



Gambar 3. 8 Penerapan live streaming sebagai media pemasaran digital



Gambar 3. 9 Penarikan SDI UD. Barokah

INFORMASI

1. Informasi tambahan terkait kegiatan promosi dan dokumentasi visual dapat diakses melalui akun media sosial Instagram pada tautan berikut:
<https://drive.google.com/drive/folders/1qrwYbBNq9d5YI-MS3n3hcDK1jPLIKr2h>
2. Data pendukung berupa dokumentasi dan arsip kegiatan disimpan dalam penyimpanan daring Google Drive yang dapat diakses melalui tautan berikut
<https://drive.google.com/drive/folders/1qrwYbBNq9d5YI-MS3n3hcDK1jPLIKr2h>